



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

Nama : Oky Prastyo
NIM : 44308120043
Judul : **Strategi *Rebranding* Vin+ Untuk Memperluas
Target Market di Indonesia Tahun 2012-2013**

ABSTRAKSI

Semakin banyaknya masyarakat urban di kota-kota besar Indonesia membuat bermunculanya tempat-tempat hiburan baru yang menawarkan berbagai macam *experience* yang berbeda. Persaingan yang ketat menuntut tempat-tempat tersebut membuat strategi untuk tidak kalah dalam persaingan. Vin+ adalah salah satu *wine and dine* yang baru saja melakukan *rebranding* untuk memperluas target market.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *rebranding* yang dilakukan Vin (latar belakang, tujuan dan proses *rebanding*). Konsep yang digunakan dalam tinjauan pustaka pada penelitian ini adalah tujuh tahap yang dilalui saat proses *rebranding* dari Mari Juntunen.

Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan secara kualitatif, mendeskripsikan strategi Vin+ dalam melakukan *rebranding*. Metode yang digunakan yaitu melalui metode studi kasus. Data penelitian diperoleh melalui wawancara dengan narasumber, peneliti juga melakukan observasi di lapangan serta kepustakaan berupa buku-buku, selain itu peneliti juga mengumpulkan dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Fokus penelitian ini adalah pada tahapan-tahapan *rebranding* Vin+ menurut Mari Juntunen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Vin+ melakukan *rebranding* untuk melakukan ekspansi bisnis dengan membuka cabang di kota-kota besar Indonesia, dalam hal ini Vin+ harus melakukan *rebranding* untuk memberikan identitas baru sebagai perusahaan yang *expert* dibidang *wine*.